



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国白酒市场需求 及投资前景分析报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国白酒市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/270130.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

白酒（Chinese spirits）的标准定义是：以粮谷为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的蒸馏酒。又称烧酒、老白干、烧刀子等。酒质无色（或微黄）透明，气味芳香纯正，入口绵甜爽净，酒精含量较高，经贮存老熟后，具有以酯类为主体的复合香味。以曲类、酒母为糖化发酵剂，利用淀粉质（糖质）原料，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿和勾兑而酿制而成的各类酒。而严格意义上讲，由食用酒精和食用香料勾兑而成的配制酒则不能算做是白酒，而应该称之为含有酒精的饮料。

白酒为中国特有的一种蒸馏酒，是世界六大蒸馏酒（白兰地Brandy、威士忌Whisky、伏特加Vodka、金酒Gin、朗姆酒Rum、中国白酒Spirit）之一，由淀粉或糖质原料制成酒醅或发酵后经蒸馏而得。

白酒又名烧酒、白干，是中国的传统饮料酒。据《本草纲目》记载："烧酒非古法也，自元时创始，其法用浓酒和糟入甑（指蒸锅），蒸令气上，用器承滴露。"由此可以得出，我国白酒的生产已有很长的历史。

白酒是中国特有的一种蒸馏酒。优质白酒必须有适当的贮存期。泸型酒至少贮存3~6个月，多在一年以上；汾型酒贮存期为一年左右，茅型酒要求贮存三年以上。酒度一般都在40度以上，40度以下为低度酒。

白酒是中国传统蒸馏酒，工艺独特，历史悠久，享誉中外。中国白酒是世界著名的六大蒸馏酒之一（其余五种是白兰地、威士忌、朗姆酒、伏特加和金酒）。白酒是指以富含淀粉质的粮谷如高粱、大米等为原料，以中国酒曲即大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，采用固态（个别酒种为半固态或液态）发酵，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、贮存和勾调而制成的蒸馏酒。如：茅台酒、五粮液、汾酒、西凤酒、洋河大曲等。

2012年我国白酒行业销售收入4466.3亿元，利润总额818.6亿元，收入和利润同比分别增长26.8%和48.5%。2013年1-12月，白酒产量达12262037.42千升。2014年1-5月我国生产白酒（折65度，商品量）4977858.75千升。

我国具有历史悠久的白酒文化，一些时尚、高雅、凝重等富有文化内涵的品牌酒越来越受欢迎。部分高端白酒因其既有丰富的人文价值和深厚的文化积淀，更是身份和地位的象征，除家庭消费外，更多出现在商务宴请中。

未来，健康饮酒、理性饮酒的消费理念将深入人心，消费者的品牌意识将进一步增强；高端白酒区域化趋势明显，中端白酒消费量大幅度提升，低端白酒品牌化步伐逐渐加快；个性化、功能性产品需求加大，低度、优质的白酒产品将是未来消费的方向。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数

据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

## 第一部分 白酒行业发展分析

### 第一章 中国白酒行业发展概述

#### 第一节 中国白酒行业的分类与特性

##### 一、白酒的分类

##### 二、白酒香型介绍

##### 三、白酒行业的特征

#### 第二节 白酒的其他知识

##### 一、白酒的度及其测定方法

##### 二、白酒的勾兑和调味

##### 三、白酒的各种成分

#### 第三节 中国白酒行业发展历程与现状

##### 一、白酒行业发展的历程

##### 二、白酒酿造技术现状

##### 三、白酒行业发展现状

##### 四、白酒行业规模和地位

##### 五、中国白酒发展路径的9种深化

### 第二章 中国白酒行业运行情况分析

#### 第一节 中国白酒产业结构分析

##### 一、中国酒精饮品市场

##### 二、中国烈酒消费分析

##### 三、中国烈酒市场分析

##### 四、中国烈酒高端市场分析

##### 五、中国白酒细分市场分析

##### 六、中国不同香型白酒市场分析

#### 第二节 2013年中国白酒行业运行情况分析

##### 一、2013年中国白酒行业运行情况

##### 二、2013年中国白酒行业规模分析

##### 三、2013年中国白酒行业资本劳动密集度

四、2013年中国白酒行业产销情况

五、2013年中国白酒行业成本费用结构

六、2013年中国白酒行业盈利情况

七、2013年中国白酒行业运营绩效

第三节 2014年中国白酒行业运行情况分析

一、2014年我国白酒行业生产情况分析

二、2014年我国白酒行业盈利情况分析

三、2014年我国白酒行业价格情况分析

四、2014年我国白酒上市公司经营情况分析

第四节 2015年中国白酒行业运行情况分析

一、2015年我国白酒行业生产情况分析

二、2015年我国白酒行业盈利情况分析

三、2015年我国白酒上市公司经营情况分析

第五节 2013-2015年白酒产品产量分地区统计数据

一、2013年全国及重点省市白酒产量分析

二、2014年全国及重点省市白酒产量分析

三、2015年全国及重点省市白酒产量分析

第六节 中国白酒行业存在的问题

一、中国白酒企业六大硬伤

二、2014年中国白酒行业发展存在的问题

三、中国白酒行业自身的问题

四、中国白酒行业的发展对策

五、中国白酒品牌创新发展策略

第三章 2013-2014年中国白酒制造业经济运行数据分析

第一节 2013-2014年全国白酒制造业主要经济指标

一、2013年全国白酒制造业主要经济指标

二、2014年全国白酒制造业主要经济指标

第二节 2013-2014年全国及各省市白酒制造业产销数据分析

一、2013年全国及各省市白酒制造业产销数据分析

二、2014年全国及各省市白酒制造业产销数据分析

第三节 2013-2014年全国及各省市白酒制造业资产负债分析

一、2013年全国及各省市白酒制造业资产负债分析

## 二、2014年全国及各省市白酒制造业资产负债分析

### 第四节 2013-2014年全国及中国各省市白酒制造业行业规模分析

#### 一、2013年全国及各省市白酒制造业行业规模分析

#### 二、2014年全国及各省市白酒制造业行业规模分析

### 第五节 2013-2014年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析

#### 一、2013年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析

#### 二、2014年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析

## 第二部分 白酒市场分析

### 第四章 中国白酒市场分析

#### 第一节 中国白酒市场状况分析

##### 一、2014年中国白酒市场结构

##### 二、2014年白酒市场涨价情况分析

##### 三、2014年中国白酒出口市场分析

##### 四、2014年塑化剂事件对白酒行业的影响

#### 第二节 高端白酒市场分析及预测

##### 一、高端白酒的消费特征

##### 二、2014高档白酒市场分析

#### 第三节 中档白酒市场分析

##### 一、中档酒将成激烈争夺领域

##### 二、中档酒市场发展特点分析

##### 三、2014年中档白酒发展进快车道

##### 四、中档酒或成未来白酒发展主力

#### 第四节 白酒团购市场分析

##### 一、白酒团购模式

##### 二、白酒团购模式进程

##### 三、白酒团购未来展望

#### 第五节 中国白酒终端市场的运作解析

##### 一、产品选择和客户管理

##### 二、公关和培训

##### 三、促销和服务客户

##### 四、激励政策和物流管理

##### 五、理货管理和回款管理

## 第六节 中国白酒市场的同质化现象

- 一、浓香型白酒占据较大市场份额
- 二、品牌泛滥导致名酒形象淡化
- 三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
- 四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸
- 五、白酒市场发展方向与消费需求脱节

## 第五章 中国白酒分区域市场分析

### 第一节 华北地区高端白酒市场

- 一、华北市场概述
- 二、北京白酒市场
- 三、天津白酒市场
- 四、河北白酒市场
- 五、山西白酒市场
- 六、内蒙古白酒市场

### 第二节 华东地区高端白酒市场

- 一、华东地区市场概述
- 二、上海白酒市场
- 三、山东白酒市场
- 四、江苏白酒市场
- 五、浙江白酒市场
- 六、安徽白酒市场
- 七、江西白酒市场
- 八、福建白酒市场

### 第三节 华南地区高端白酒市场

- 一、华南市场概述
- 二、广东白酒市场
- 三、广西白酒市场
- 四、海南白酒市场

### 第四节 华中地区高端白酒市场

- 一、华中市场概述
- 二、河南白酒市场
- 三、湖南白酒市场

#### 四、湖北白酒市场

#### 第五节 东北地区高端白酒市场

##### 一、东北地区概述

##### 二、黑龙江白酒市场

##### 三、吉林白酒市场

##### 四、辽宁白酒市场

#### 第六节 西北地区高端白酒市场

##### 一、西北地区市场概述

##### 二、陕西白酒市场

##### 三、甘肃白酒市场

#### 第七节 西南地区高端白酒市场

##### 一、西南市场概述

##### 二、四川白酒市场

##### 三、重庆白酒市场

##### 四、贵州白酒市场

##### 五、云南白酒市场

### 第三部分 白酒消费者及营销策略

#### 第六章 白酒消费者分析

##### 第一节 白酒消费需求分析

##### 一、白酒消费主流及趋势分析

##### 二、现阶段我国高端白酒消费特点

##### 三、2014年我国白酒市场销量分析

##### 四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

##### 第二节 白酒消费者购买行为分析

##### 一、白酒消费者购买行为类型分析

##### 二、白酒消费者购买动机分析

##### 三、白酒消费者购买方式分析

##### 四、白酒消费者购买目分析

##### 五、白酒消费者对广告促销的态度分析

##### 第三节 "80后"白酒消费群体分析

##### 一、"80后"未来的主流消费群体

##### 二、"80后"群体的消费特征分析



### 三、针对"80后"群体白酒企业的创新策略

## 第四节 白酒消费行为的价值体现及营销启示

### 一、白酒消费行为特点

### 二、白酒消费行为的价值体现

### 三、白酒消费行为价值体现的营销启示

## 第七章 白酒营销策略分析

### 第一节 2014年白酒的需求特质与渠道

#### 一、2014年白酒的需求特质

#### 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式

#### 三、需求特质与白酒企业的战略选择

### 第二节 白酒营销形势分析

#### 一、白酒营销模式及其发展趋势

#### 二、中国白酒营销的四种形式

#### 三、白酒营销的分层化趋势

### 第三节 白酒营销渠道分析

#### 一、白酒终端现状与策略分析

#### 二、电子商务对白酒营销渠道的发展

#### 三、2014年地方白酒企业借道电商突围谋全国扩张

#### 四、白酒电商化大势所趋

### 第四节 白酒营销策略分析

#### 一、白酒营销规律分析

#### 二、白酒淡季营销策略分析

#### 三、白酒企业促销攻略

#### 四、白酒企业三、四级市场攻略

#### 五、白酒价格营销策略分析

#### 六、高端白酒招商策略

### 第五节 白酒广告策略分析

### 第六节 中国白酒市场的分层化营销分析

#### 一、分层营销终结盘中盘模式

#### 二、高档酒营销产地化

#### 三、低档酒营销大市场化

#### 四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

## 第四部分 白酒行业竞争格局

### 第八章 白酒行业竞争状况分析

#### 第一节 白酒市场竞争特点

- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、渠道价值仍然不可低估
- 三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点
- 四、促销方式以单纯产品促销为主
- 五、地域市场品牌仍占消费主流
- 六、商务用酒的消费比例

#### 第二节 2014年白酒行业竞争格局

- 一、中国白酒行业新竞争格局
- 二、浓香型高端白酒竞争格局
- 三、2014年白酒行业并购整合"提速"
- 四、2014年市场压力加速行业洗牌
- 五、2014年中国白酒借势进军国际市场
- 六、未来5年中国白酒市场竞争加剧

#### 第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析

- 一、品牌格局
- 二、品牌发展战略
- 三、品牌发展趋势

#### 第四节 业外资本积极涌入白酒市场分析

- 一、2014年业外资本积极涌入
- 二、2014年外资涌入白酒区域品牌迅速崛起
- 三、2014年中国白酒业发展路径生变
- 四、2014年业外资本挺入白酒业三大路径

#### 第五节 高端白酒行业竞争趋势分析

- 一、中国白酒主流趋势的预判
- 二、品牌决定未来格局
- 三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

### 第九章 白酒替代品行业竞争分析

#### 第一节 啤酒行业

- 一、2014年全球啤酒销量分析

二、2014年我国啤酒产量分析

三、2014年中国啤酒行业运行分析

## 第二节 葡萄酒行业

一、2014年中国葡萄酒产量

二、2014年中国葡萄酒消费量

三、2014年我国葡萄酒产量分析

四、2014年中国葡萄酒行业运行分析

五、2014年白酒企业纷纷布局葡萄酒版图

## 第三节 黄酒行业

一、2014年黄酒行业发展分析

二、2014年中国黄酒行业展望

## 第四节 保健酒行业

一、保健酒发展分析

二、中国保健酒行业发展趋势

## 第五节 烈性洋酒在中国的发展

一、2014年国人境外消费洋酒情况

二、高端洋酒品牌的中国式营销

## 第十章 中国白酒重点企业分析

### 第一节 五粮液

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

### 第二节 贵州茅台

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

### 第三节 泸州老窖股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

#### 第四节 四川水井坊股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

#### 第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

#### 第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

#### 第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

#### 第八节 酒鬼酒股份有限公司

一、公司概况

二、2014年企业经营情况分析

三、2014年企业经营情况分析

四、2011-2014年企业财务数据分析

五、2015年公司发展展望及策略

## 第九节 湖北稻花香集团

一、公司概况

二、“十一五”跨越发展纪实

三、2014年稻花香经营情况分析

四、2014年稻花香经营情况分析

## 第十节 四川剑南春集团有限责任公司

一、公司概况

二、2014年剑南春原酒生产能力恢复震前水平

三、2014年剑南春经营策略分析

## 第十一章 中国白酒中小企业发展分析

### 第一节 中小品牌白酒面临的问题

一、资金短缺

二、融资能力低

三、市场竞争力低

四、人才短缺

五、做品牌与销量的“夹缝生存困惑”

六、市场狭窄

### 第二节 中小白酒企业的竞争定位

一、基于地缘优势上的盘整

二、基于产品包装上的优势

三、基于产品品质上的定位

四、基础促销创新上的差异

五、基于品牌传播上的突破

### 第三节 2014年中小品牌白酒突围之道

一、区域抢跑

二、市场卡位

三、差异领先

四、资源聚焦

### 第四节 招商性中小企业攻略

一、招商性中小企业现状及发展瓶颈

## 二、招商性中小企业成功方略

## 第五部分 白酒行业发展趋势及战略

### 第十二章 2015-2020年中国白酒行业发展环境与趋势分析

#### 第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测

- 一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析
- 二、2014年宏观环境对白酒市场的影响分析
- 三、2014-2015年我国经济前景分析与预测

#### 第二节 2015年中国白酒行业发展环境分析与预测

- 一、2015年中国白酒行业发展环境
- 二、2015年中国白酒行业发展预测

#### 第三节 2015-2020年我国白酒行业发展预测

- 一、2015-2020年我国白酒行业发展预测
- 二、2015-2020年我国白酒行业发展趋势
- 三、白酒产业园是白酒行业的未来趋势

#### 第四节 高端白酒行业景气度分析及预测

- 一、一线超高端白酒"十二五"生存环境无虞
- 二、高档白酒终端需求预测模型
- 三、2015年高档白酒及茅台终端需求测算

#### 第五节 未来高端白酒行业发展趋势

- 一、高端白酒消费结构转化
- 二、超高端阵营增速加快
- 三、高端阵营稳步扩
- 四、次高端阵营较快速发展
- 五、高端白酒正在从"品牌梯队模式向"多香并立模式转型

### 第十三章 2015-2020年中国白酒包装发展现状与趋势

#### 第一节 中国白酒包装现状分析

- 一、白酒包装现状
- 二、白酒的包装与设计
- 三、白酒包装的理性回归
- 四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用

#### 第二节 白酒包装发展策略

- 一、白酒包装设计需个性化发展

二、白酒包装需要推陈出新

三、白酒包装如何打出品牌

四、白酒包装应该以实用为风向标

第三节 白酒包装发展趋势

一、追求高档化

二、崇尚个性化

三、包装材料的变化

四、包装色调上的变化

五、容量上的变化

第十四章 2015-2020年中国白酒行业发展战略分析

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

第二节 白酒企业的利润点

一、高端市场的利润点

二、终端渠道的利润点

三、酒文化的利润点

四、品牌是实在的利润点

第三节 白酒企业的招商策略

一、品牌规划策略

二、市场规划策略

三、招商启动策略

四、白酒企业招商应注意的问题

第四节 白酒海外市场攻略

一、区域的选择

二、模式的选择

三、时机与方式的选择

第五节 二线白酒企业突围的关键要素

一、战略企图

二、声誉产品

三、市场板块

四、团队整合

五、资源匹配度

图表目录：

图表：2013年白酒行业主要指标

图表：2013年重点省份白酒行业规模以上企业指标占比情况(%)

图表：2013年白酒行业不同规模企业各项指标占比情况(%)

图表：2013年不同控股类型规模以上白酒企业各项指标占比情况(%)

图表：现阶段白酒行业的8个特点

图表：2014年各国酒精饮品零售市场规模及过去十年年均增速

图表：2014年世界人均纯酒精消费量

图表：2014年世界人均酒精消费额对比人均GDP

图表：2014年各国烈酒零售市场规模及过去十年增速

图表：2014年各国酒精饮品零售额细分

图表：2002-2016年白酒销售额同比增长率

图表：2002-2016年白酒平均售价同比增长率

图表：2002-2016年白酒销量同比增长率

图表：1997-2014年白酒国内各酒精饮品占比变化

图表：1999-2014年白酒国内主要白酒生产商市场份额(以出厂价计算)

图表：1997-2014年白酒中国白酒市场细分变化(以销量计)

图表：1997-2014年中国白酒市场细分变化(以销售额计)

图表：1998-2014年中国白酒细分市场销量变化

图表：1998-2014年中国白酒细分市场销售额变化

图表：2002-2014年中国高端白酒细分市场销量占有率情况

图表：2002-2014年中国中高端白酒细分市场销量占有率情况

图表：2002-2014年中国低端白酒市场销量占有率情况

图表：2002-2014年中国中低端白酒细分市场销量占有率情况

图表：不同香型白酒工艺比较

图表：2013年1-11月白酒制造主营业务收入及利润总额

图表：2013年1-11月白酒制造工业销售产值

图表：2008-2013年白酒制造业产业规模情况

图表：2008-2013年白酒制造业资本劳动密集度情况

图表：2008-2013年白酒制造业产销情况

图表：2008-2013年白酒制造业成本费用情况

图表：2013年1~11月白酒制造业成本费用结构

图表：2008-2013年白酒制造业盈利情况



图表：2008-2013年白酒制造业成长能力

图表：2008-2013年白酒制造业盈利能力

图表：2008-2013年白酒制造业偿债能力

图表：2008-2013年白酒制造业经营能力

图表：2008-2013年我国白酒月度产量及同比增长情况

图表：2001-2014年白酒产量及同比增速（万千升%）

图表：2013-2014年白酒单月产量及同比增速（万千升%）

图表：2013-2014年白酒累计产量及同比增速（万千升%）

图表：2002-2014年白酒行业收入、利润增长率走势

图表：2002-2014年来白酒行业毛利率、利润率、费用率

图表：2013-2014年白酒行业分省收入、利润增长及毛利率（按收入占比降序）

图表：2001年8月-2014年8月贵州茅台、五粮液、泸州老窖主要白酒产品出厂价格变动

图表：2014年主要白酒上市公司收入、利润及毛利率情况

图表：2014年白酒和啤酒上市公司营业收入增速加速家数最多

图表：2014年白酒上市公司净利润增速加速家数最多

图表：2014年白酒、葡萄酒和乳品上市公司毛利率环比提升家数最多

图表：2014-2015年白酒单月产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年白酒累计产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年白酒单月产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年白酒累计产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年白酒累计收入及同比增速（亿元%）

图表：2014-2015年白酒累计利润及同比增速（亿元%）

图表：2008-2014年白酒吨酒收入及同比增速（万元吨%）

图表：2008-2014年白酒毛利率和营业利润率（%）

图表：2005-2014年白酒上市公司整体收入和净利润增速（%）

图表：2005-2014年白酒上市公司毛利率、销售费用率和净利率（%）

图表：2014-2015年白酒三季报情况

图表：2014-2015年白酒单季营业收入增速（单位：%）

图表：2014-2015年白酒单季净利润增速（单位：%）

图表：2014-2015年白酒三季报情况

图表：2014-2015年白酒预收账款（单位：亿元）

图表：2014-2015年一线白酒零售价格跟踪（单位：元）

图表：2014年白酒重点公司三季报概述

图表：2013年1-12月份全国及各省市白酒产量及增长率统计

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据

图表：2014年1-11月全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据

图表：2013年1-12月白酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2014年1-12月白酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业企业单位数统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业企业单位数统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业单位数统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业单位数统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额同比增长

图表：2014年白酒行业细分市场销售额结构

图表：2014年白酒行业细分市场销量结构

图表：团购模式直达客户的网络

图表：白酒团购模式进程

图表：2014-2015年白酒团购主导企业或品牌的增速明显超越行业收入增速

图表：终端团购商和新型单位团购商的客户群

图表：白酒团购客户开发和主导客户需求的流程

图表：白酒名酒商超和批发价格差距较大（元）

图表：2011-2015年谨慎预期下梦之蓝的收入增长变化

图表：洋河和酒鬼酒团购商品品牌资源

图表：洋河上海市场渠道结构明显向团购转化

图表：酒鬼酒收入增速和2014年湖南收入的渠道结构（%）

图表：白酒团购模式综合竞争力

图表：白酒不同优势的企业分布

图表：2005-2016年白酒300元以上价位市场容量及增速预测（亿元%）

图表：洋河省内和省外各个市场平均营收比较（百万元）

图表：不同名酒的团购模式增长弹性空间

图表：2011-2015年洋河的团购商发展数量趋势、组织架构和营收贡献占比

图表：名酒的收入增速开始明显超越行业增速，且稳定性更强（%）

图表：白酒一线名酒与其他品牌的规模比较（亿元）

图表：团购占比较高的名酒公司占比（%）

图表：2008-2016年白酒梦之蓝谨慎预测下营收及增速

图表：2008-2016年白酒汾酒次高端收入规模快速提升

图表：五粮液专卖店分别达到1148家

图表：团购网络将随一线名酒参与而更加强化

图表：我国高端白酒消费的主要群体分析

图表：我国高端白酒需求结构分析

图表：我国高端白酒消费的主要群体分析

图表：消费者自己喝的最多的白酒品牌

图表：消费者最喜欢喝哪种香型的白酒

图表：消费者喝的最多的白酒产品是哪个度数

图表：消费者认为好的白酒产品应具备的核心条件

图表：消费者在家里和饭馆喝白酒哪个多

图表：消费者认为购买自己喝的白酒多少钱一瓶最合适

图表：消费者认为购买礼品白酒多钱一瓶最合适

图表：消费者平均每月自己喝白酒的花费

图表：消费者一般是在什么地点购买白酒产品

图表：白酒购买类型调查图

图表：影响消费者购买动机调查表

图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图

图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图

图表：消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图

图表：高通胀的年份：04年、07年、11年，CPI不断走高

图表：高通胀的年份，白酒上市企业的利润增速出现不俗表现

图表：高通胀环境，白酒通常的消费规律改变，预收款不降反升

图表：不同时代需求的变迁推动渠道模式的变化

图表：全国财政收入、支出增长

图表：财政收入GDP的比重持续十年稳步上升

图表：02年开始，税收、企业盈余的占比不断提升

图表：从02到11年，工业企业利润增速平均为31.5%

图表：1999-08年住宿和餐饮单位个数

图表：1999-08年住宿和餐饮从业人数增长近5倍

图表：不同价位产品的需求特质、营销模式分析

图表：部分白酒上市公司营销模式对比

图表：2013年与2014年全国及各省市啤酒产量及增长率统计数据

图表：2001-2014年年啤酒产量及同比增速（万千升%）

图表：2014年1-11月全国及各省市啤酒产量统计数据

图表：2014-2015年啤酒单月产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年啤酒累计产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年啤酒累计收入及同比增速（亿元%）

图表：2014-2015年啤酒累计利润及同比增速（亿元%）

图表：2014-2015年啤酒吨酒收入及同比增速（万元吨%）

图表：2014-2015年啤酒毛利率和营业利润率（%）

图表：2013年与2014年全国及各省市葡萄酒产量及增长率统计数据

图表：2014年1-11月全国及各省市葡萄酒产量统计数据

图表：2014-2015年葡萄酒单月产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年葡萄酒累计产量及同比增速（万千升%）

图表：2014-2015年葡萄酒单月进口量（万千升%）

图表：2014-2015年葡萄酒累计进口量（万千升%）

图表：2014-2015年葡萄酒累计收入及同比增速（亿元%）

图表：2014-2015年葡萄酒累计利润及同比增速（亿元%）

图表：2014-2015年葡萄酒吨酒收入及同比增速（万元吨%）

图表：2014-2015年葡萄酒毛利率和营业利润率（%）

图表：2014年前三季度五粮液股份有限公司经营效益

图表：2014年五粮液集团有限公司主营构成数据分析表

图表：2014年五粮液集团有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年五粮液集团有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年五粮液集团有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年五粮液集团有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年五粮液集团有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年五粮液集团有限公司资产与负债分析表

图表：2014年贵州茅台股份有限公司经营效益

图表：2014年贵州茅台酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2014年贵州茅台酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年泸州老窖股份有限公司经营效益

图表：2014年泸州老窖股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2014年泸州老窖股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年四川水井坊股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年前三季度山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营效益

图表：2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营能力分析表

图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司发展能力分析表

图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司资产与负债分析表

图表：2014年安徽古井贡酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2014年酒鬼酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：十二五部分酒厂产能扩充计划

图表：白酒主产区十二五规划

图表：白酒公司十二五规划

图表：2001-2014年白酒新增产能

图表：2014年各白酒上市公司前5大客户贡献收入占比

图表：2014年国内白酒上市公司销售+管理费用率水平

图表：2007-2014年三大高端白酒中间渠道利润率

图表：白酒公司价格机制

图表：高档白酒终端需求预测模型逻辑图

图表：高档白酒政务需求预测模型

图表：高档白酒商务需求预测模型

图表：2014年高档白酒销售收入和终端消费额估算

图表：2008-2015年高档白酒个人消费终端需求估算

图表：2014年高档白酒终端消费额估算

图表：2014年高档白酒终端消费结构估算

图表：2015年高档白酒终端需求敏感性分析

图表：2015年茅台终端需求敏感性分析

图表：白酒行业未来两年面临外部环境的情景假设

图表：在三种情景下高档白酒和茅台的终端需求增速估计

图表：2008-2015年高档白酒悲观情景下的终端需求

图表：2008-2015年高档白酒中性情景下的终端需求

图表：2008-2015年高档白酒乐观情景下的终端需求

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270130.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>



中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。